

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SAYURAN ORGANIK DI KABUPATEN GARUT

FACTORS AFFECTING CONSUMER PURCHASE DECISIONS OF ORGANIC VEGETABLES IN GARUT

Putri Intan Hardyanti^{1*}

¹Program Pascasarjana Universitas Siliwangi

*E-mail corresponding: ptrintan.19@gmail.com

Dikirim : 23 September 2022 Diperiksa : 15 November 2022 Diterima : 27 November 2022

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sayuran organik di Kabupaten Garut. Penelitian dilaksanakan di 4 pusat perbelanjaan modern Kabupaten Garut pada bulan Januari – Februari 2022. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survey dibantu menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel yaitu metode *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 40 konsumen sayuran organik. Analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen sayuran organik dipengaruhi oleh beberapa faktor secara simultan yaitu faktor pendapatan, faktor frekuensi konsumsi, faktor barang substitusi, faktor harga, faktor kualitas dan faktor lokasi. Faktor - faktor tersebut secara bersamaan berpengaruh signifikan sebesar 69,3 persen. Sedangkan secara parsial, hanya faktor kualitas dan faktor lokasi yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sayuran organik.

Kata kunci : faktor, keputusan pembelian, konsumen, sayuran organik.

ABSTRACT

This study aims to determine the factors that influence consumer purchasing decisions for organic vegetables in Garut Regency. The research was carried out in 4 modern shopping centers in Garut Regency in January - February 2022. The research method used was a survey method assisted by a questionnaire. The sampling technique is the accidental sampling method with a total sample of 40 consumers of organic vegetables. The analysis used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis. The results showed that consumer purchasing decisions of organic vegetables were influenced by several factors simultaneously, namely income factors, consumption frequency factors, substitute goods factors, price factors, quality factors, and location factors. These factors simultaneously have a significant effect of 69.3 percent. While partially, only quality factors and location factors affect consumer purchasing decisions for organic vegetables.

Key words : factors, purchasing decisions, consumer, organic vegetables

PENDAHULUAN

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SAYURAN ORGANIK DI KABUPATEN GARUT

Putri Intan Hardyanti

Covid-19 secara resmi dinyatakan sebagai pandemi dunia oleh World Health Organization pada tanggal 11 Maret 2020, karena telah menyebar hampir di seluruh negara, termasuk Indonesia (Pusdatin Kemenkes RI, 2020). Melalui keputusan Presiden No. 12 tahun 2020, pemerintah Indonesia menetapkan pandemi Covid-19 sebagai Bencana Nasional.

Pandemi Covid-19 telah merubah tatanan peradaban kehidupan sosial manusia. Perubahan tersebut terlihat pada perubahan pola perilaku manusia itu sendiri, ketika mereka melakukan suatu aktivitas yang tidak biasanya mereka lakukan tetapi sudah menjadi hal yang biasa dilakukakan, maka hal tersebut akan menjadi suatu kebiasaan yang baru dalam kehidupan mereka. Begitu juga, akibat pandemi ini terjadi perubahan sosial yang tidak direncanakan dan tidak dikehendaki oleh seluruh masyarakat karena menyebabkan disorganisasi disegala bidang kehidupan manusia. (Yulianti, 2021)

Ketakutan dan kewaspadaan terhadap Covid-19 memberikan dampak pada sikap serta gaya hidup masyarakat

yang lebih protektif melalui pola hidup lebih sehat seperti tidak merokok, sering olahraga meskipun dilakukan di rumah dan mengkonsumsi makanan sehat. (Taufiq, dkk. 2020)

Perubahan pola konsumsi makanan sehat pun memberikan dampak yang cukup besar terhadap sektor pertanian sebagai produsen utama pangan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada bulan Agustus tahun 2020, sektor pertanian mengalami pertumbuhan positif sebesar 2,19%. Melalui laman resmi Kementerian Pertanian, menurut Menteri pertanian, Syahrul Yasin Limpo, hortikultura menjadi salah satu subsektor pertanian yang mendukung perekonomian nasional (Bebby Septi, dkk. 2021)

Hal tersebut sejalan dengan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021, dimana pengeluaran konsumsi sayur – sayuran di Indonesia dari tahun ke tahun jumlahnya terus meningkat. Hal ini dapat dipastikan salah satunya akibat dari kondisi lingkungan yang memaksa masyarakat untuk menerapkan pola hidup sehat.

Tabel 1. Pengeluaran Konsumsi Sayuran Indonesia

No.	Tahun	Rp / Kapita / Bulan
1.	2019	37.898
2.	2020	45.393
3.	2021	53.864

Sumber: Badan Pusat Statistik (2021)

Pola hidup sehat yang akrab lingkungan telah menjadi trend baru meninggalkan pola hidup lama yang menggunakan bahan kimia non-alami, seperti pupuk, pestisida kimia sintetis, dan hormon tumbuh dalam budi daya pertanian. Pola hidup sehat ini mensyaratkan jaminan bahwa produk pertanian harus beratribut aman dikonsumsi, kandungan nutrisi tinggi dan ramah lingkungan. Pangan yang sehat dan bergizi tinggi ini dapat diproduksi dengan metode pertanian organik (Mayrowani 2012), tak terkecuali sayuran organik (syukur, 2016).

Seiring meningkatnya pengeluaran masyarakat dalam konsumsi sayur – sayuran, jenis sayuran organik pun menjadi salah satu alternatif pilihan. Tingginya kualitas sayuran organik memang menjadikan ia memiliki perbedaan yang signifikan dengan sayuran lainnya dipasaran. Budidayanya yang cukup sulit, pengemasan yang cantik dan kebersihan yang di terjaga membuat sayuran organik tersebut dibandrol dengan harga yang cukup tinggi. Selain itu, pemasaran sayuran organik pun sebagian besar hanya tersedia di ritel modern.

Namun sebagai upaya pola hidup sehat yang diperlukan di masa – masa pandemi ini, hal – hal tersebut bukanlah sebuah hambatan yang berarti. Permintaan

masyarakat terhadap sayuran organik terus mengalami peningkatan. Dikutip dari laman resmi milik Kementerian Pertanian RI, penjualan sayuran organik di Indonesia selama masa pandemi berlangsung nilainya meningkat hingga 300%. Sebelum pandemi, sayuran organik hanya mampu terjual sekitar 4 sampai 5 ton per bulan, namun setelah pandemi, sayuran organik mampu terjual hingga 15 ton per bulan.

Meningkatnya penjualan sayuran organik yang sangat signifikan tersebut selain memang dipaksa oleh keadaan, dipastikan ada faktor – faktor lain yang mempengaruhi minat pembelian konsumen pada sayuran organik. Mengingat tingginya harga dan sulitnya akses untuk mendapatkan sayuran organik membuat konsumen harus memberikan usaha yang lebih tinggi dari biasanya. Oleh karena itu, perlu dikaji lebih dalam faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada sayur organik.

METODE PENELITIAN

Tempat penelitian ini ditentukan secara purposive yaitu di kabupaten Garut. Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari – Februari tahun 2022. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survey dan metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode accidental

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SAYURAN ORGANIK DI KABUPATEN GARUT

Putri Intan Hardyanti

sampling berdasarkan faktor spontanitas dengan jumlah sample sebanyak 40 responden. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari key informan dan responden melalui wawancara serta pengisian lembar kuisisioner sedangkan data sekunder diperoleh dari publikasi penelitian dan jurnal ilmiah.

Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif untuk karakteristik responden dan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap keputusan pembelian sayuran organik (Y). Berikut ini model persamaan regresi yang digunakan :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e..(1)$$

Keterangan :

α = Konstanta (intercept)

b_1 dst = Koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas

e = Error Estimate

Y = Keputusan pembelian sayuran organik

X = Faktor – faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian sayuran organik

X_1 = Pendapatan

X_2 = Frekuensi Konsumsi

X_3 = Barang Substitusi

X_4 = Harga

X_5 = Kualitas

X_6 = Lokasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen / pembeli sayuran organik yang ditemui penulis di 4 lokasi pusat perbelanjaan di Kabupaten

Garut. Responden pun dipilih berdasarkan frekuensi pembeliannya terhadap sayuran organik yaitu setidaknya dua kali dalam satu bulan.

Berdasarkan data pada Tabel 2 diketahui bahwa responden penelitian yang

berjumlah 40 terbagi atas 35 orang wanita dan 5 orang pria.

Tabel 2. Sebaran Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Wanita	35	87,50
2.	Pria	5	12,50
		40	100,00

Hal ini terjadi karena kebiasaan yang tercipta di lingkungan sekitar yaitu dimana kegiatan berbelanja bahan makanan dan kebutuhan pokok merupakan kewajiban seorang wanita, terlebih ketika sudah

menikah. Fakta lain dari 5 responden pria yang ditemukan dalam penelitian ini yaitu berstatus belum menikah, menjadikan mereka dengan sedikit terpaksa harus melakukan kegiatan berbelanja.

Tabel 3. Sebaran Umur Responden

No.	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	< 20	2	5,00
2.	20 – 30	19	47,50
3.	30 – 40	12	30,00
4.	> 40	7	17,50
		40	100,00

Responden dalam penelitian ini terbagi menjadi beberapa kelompok umur. Kelompok umur yang paling banyak yaitu antara 20 – 30 tahun sebanyak 47,50 persen sementara kelompok umur yang paling sedikit yaitu kurang dari 20 tahun

sebanyak 5 persen. Hal ini didukung oleh pernyataan Tangkulung et al. (2015) yang menyatakan bahwa faktor usia mempengaruhi konsep berpikir seseorang termasuk dalam aktivitas khususnya dalam mengkonsumsi minuman dan makanan.

Tabel 4. Sebaran Pekerjaan Responden

No.	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Mahasiswa	5	12,50
2.	Aparatur Sipil Negara	12	30,00
3.	Karyawan Swasta	10	25,00
4.	Wiraswasta	4	10,00
5.	Ibu Rumah Tangga	9	22,50
		40	100,00

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SAYURAN ORGANIK DI KABUPATEN GARUT

Putri Intan Hardyanti

Sebagian besar responden penelitian ini memiliki pekerjaan sebagai ASN yaitu sebesar 30 persen dan karyawan swasta sebanyak 25 persen. Sisanya terdiri dari kelompok mahasiswa,

wiraswasta dan ibu rumah tangga. Menurut Kotler dan Keller (2009) jenis pekerjaan merupakan salah satu yang mempengaruhi pola konsumsi seseorang.

Tabel 5. Sebaran Pendidikan Responden

No.	Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	SMA / Sederajat	9	22,50
2.	D3 – S1	27	67,50
3.	S2	4	10,00
		40	100,00

Responden dengan pendidikan tertinggi yaitu S2 (Magister) dan terendah yaitu SMA / Sederajat. Namun kelompok pendidikan responden yang paling banyak yaitu pada D3 – S1 sebanyak 67,5 persen. Sesuai dengan penelitian Yulia (2017) bahwa tingkat pendidikan seseorang

menentukan seberapa besar pengetahuan dan informasi yang diketahuinya. Semakin tinggi tingkat pendidikan yang dimiliki seseorang, maka semakin tinggi pula informasi dan pengetahuan yang dimilikinya.

Tabel 6. Sebaran Pendapatan Responden

No.	Pendapatan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	< Rp. 1.000.000	3	7,50
2.	Rp. 1.000.000 s/d Rp. 2.000.000	10	25,00
3.	Rp. 2.000.001 s/d Rp. 3.000.000	18	45,00
4.	> Rp. 3.000.000	9	22,50
		40	100,00

Tabel 6 menunjukkan bahwa 45 persen responden memiliki pendapatan berkisar antara Rp. 2.000.000 sampai dengan Rp. 3.000.000. Kemudian responden dengan pendapatan berkisar antara Rp. 1.000.000 sampai dengan Rp. 2.000.000 sebanyak 25 persen dan 22,50 persen responden memiliki pendapatan

lebih dari Rp. 3.000.000. Sedangkan responden dengan pendapatan kurang dari Rp. 1.000.000 hanya 7,5 persen. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sayuran organik di Kabupaten Garut berasal dari kalangan ekonomi menengah ke atas.

Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Organik

Keputusan pembelian sayuran organik dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda yang terdiri dari uji F untuk mengetahui pengaruh faktor – faktor secara simultan dan uji “t” untuk mengetahui pengaruh faktor – faktor secara parsial. Variabel yang digunakan yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini variabel terikat (Y) yaitu keputusan pembelian sayuran organik dan variabel bebas yaitu pendapatan (X1), frekuensi konsumsi (X2), barang substitusi (X3), Harga (X4), Kualitas (X5) dan Lokasi (X6).

Hipotesis yang digunakan yaitu sebagai berikut :

H0 = Tidak terdapat pengaruh pendapatan (X1), frekuensi konsumsi (X2), barang substitusi (X3), harga (X4), kualitas (X5) dan lokasi (X6) terhadap keputusan pembelian sayuran organik (Y).

H1 = Terdapat pengaruh pendapatan (X1), frekuensi konsumsi (X2), barang substitusi (X3), harga (X4), kualitas (X5) dan lokasi (X6) terhadap keputusan pembelian sayuran organik (Y).

Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan kaidah keputusan yang digunakan yaitu:

1. Jika nilai sig < 0,05, atau nilai F hitung lebih dari nilai F tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
2. Jika nilai sig > 0,05, atau nilai F hitung kurang dari nilai F tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

Berikut ini data hasil perhitungan yang diperoleh menggunakan program IBM SPSS versi 25.

Tabel 7. Hasil uji F menggunakan tabel ANOVA

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	607.693	4	151.923	19.413	.000
	Residual	273.907	35	7.826		
	Total	881.600	39			

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SAYURAN ORGANIK DI KABUPATEN GARUT

Putri Intan Hardyanti

Berdasarkan data pada tabel diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 dan Fhitung sebesar 19,413. Dengan $df = 40$ diperoleh nilai Ftabel sebesar 2,36. Dari hasil perhitungan dapat dilihat bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$. Maka, H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya seluruh variabel bebas yaitu Pendapatan (X1), Frekuensi konsumsi (X2), Barang substitusi (X3), Harga (X4), Kualitas (X5) dan Lokasi (X6) secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat keputusan pembelian sayuran organik (Y).

Tabel 8. Hasil uji parsial (Uji t)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6.452	10.315		-.626	.536
	Pendapatan (X1)	.260	.780	.034	.333	.741
	Frekuensi Konsumsi (X2)	.408	.727	.058	.561	.578
	Barang Substitusi (X3)	2.820	1.508	.215	1.870	.070
	Harga (X4)	1.604	.966	.193	1.660	.106
	Kualitas (X5)	5.031	.745	.718	6.753	.000
	Lokasi (X6)	5.390	.924	.639	5.830	.000

Berdasarkan hasil uji t menunjukan bahwa variabel pendapatan (X1), Frekuensi konsumsi (X2), Barang Substitusi (X3) dan Harga (X4) memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 yang berarti bahwa variabel bebas tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel

Uji parsial (Uji t)

Berdasarkan hasil uji “t” menunjukan bahwa variabel pendapatan (X1), Frekuensi konsumsi (X2), Barang Substitusi (X3) dan Harga (X4) memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 yang berarti bahwa variabel bebas tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat secara parsial. Sedangkan variabel Kualitas (X5) dan Lokasi (X6) memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 yang berarti bahwa kualitas dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran organik secara parsial.

terikat secara parsial. Sedangkan variabel Kualitas (X5) dan Lokasi (X6) memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 yang berarti bahwa kualitas dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran organik secara parsial.

Diketahui variabel pendapatan (X1) memiliki nilai signifikansi 0,741 yang berarti lebih besar dari 0,05. Artinya, variabel pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran organik. Responden menyatakan bahwa pembelian sayuran organik ini tidak dipengaruhi oleh pendapatan mereka, karena sebagian besar dari responden memiliki pendapatan tetap setiap bulannya. Beberapa responden bahkan sudah memberikan alokasi untuk belanja bulanan jenis sayuran organik setiap bulannya.

Variabel Frekuensi Konsumsi (X2) memiliki nilai signifikansi 0,578 yang berarti lebih besar dari 0,05. Artinya, variabel frekuensi konsumsi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran organik. Responden berpendapat bahwa mereka pun memiliki frekuensi konsumsi bahan pangan jenis lainnya seperti protein, buah dan susu yang seimbang. Menjadikan frekuensi konsumsi mereka terhadap sayuran organik cenderung sama setiap bulannya.

Variabel Barang Substitusi (X3) memiliki nilai signifikansi 0,070 yang berarti lebih besar dari 0,05. Artinya variabel barang substitusi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran organik. Banyaknya jenis sayuran non organik tidak mempengaruhi keputusan responden untuk

mengonsumsi sayuran organik karena sebagian dari mereka telah mengetahui manfaat yang hanya dimiliki oleh sayuran organik. Terlebih perlu nya pola konsumsi sehat di masa pandemi ini, membuat responden lebih berhati – hati dalam memilih bahan pangan.

Variabel Harga (X4) memiliki nilai signifikansi 0,106 yang berarti lebih besar dari 0,05. Artinya, variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran organik. Responden mengaku besaran harga pada sayuran organik memang lebih tinggi dibandingkan dengan sayuran non organik. Namun hal tersebut sudah mereka siapkan sejak awal sebelum memutuskan untuk mengonsumsi sayuran organik. Harga sayuran organik pun biasanya cenderung stagnan, tidak berubah secara signifikan.

Variabel Kualitas (X5) memiliki nilai signifikansi 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Artinya, variabel kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran organik. Responden mengaku mereka memutuskan untuk mengonsumsi sayuran organik salah satunya karena kualitas nya yang prima. Sayuran organik biasanya selalu terlihat lebih segar dan lebih bersih dibanding dengan sayuran lainnya.

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SAYURAN ORGANIK DI KABUPATEN GARUT

Putri Intan Hardyanti

Variabel Lokasi (X6) memiliki nilai signifikansi 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Artinya, variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran organik. Hal ini terjadi karena tidak semua lokasi perbelanjaan menjual sayuran organik. Menjadikan responden harus melakukan upaya lebih untuk mendapatkan sayuran organik. Beberapa responden menyampaikan

Tabel 9. Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.832 ^a	.693	.637	2.864

Berdasarkan data pada tabel X diketahui nilai R square sebesar 0,693, hal ini berarti bahwa pengaruh variabel Pendapatan, Frekuensi Konsumsi, Barang Substitusi, Harga, Kualitas dan Lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 69,3 persen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Keputusan pembelian konsumen melalui beberapa tahapan yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Sejumlah 40 responden konsumen sayuran organik di Kabupaten Garut

bahwa terkadang stock sayuran organik di lokasi penjualan tidak tersedia. Jika sempat, mereka meluangkan waktunya untuk mencari ditempat penjualan lainnya.

Koefisien Determinasi

Nilai dari koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

menyatakan bahwa mengkonsumsi sayuran organik merupakan salah satu hal yang penting mengingat keadaan saat ini yang mengharuskan masyarakat untuk menerapkan pola hidup sehat.

2. Keputusan pembelian sayuran organik dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu Pendapatan, Frekuensi Konsumsi, Barang Substitusi, Harga, Kualitas dan Lokasi.
3. Secara simultan, faktor Pendapatan, Frekuensi Konsumsi, Barang Substitusi, Harga, Kualitas dan Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian organik dengan nilai sebesar 69,3%.

4. Secara parsial, Faktor pendapatan, Frekuensi konsumsi, Barang substitusi dan Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayur organik. Sedangkan faktor kualitas dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayur organik.

Pasar (Studi Kasus : Terhadap Pedagang Barang Harian Pasar Raya Padang Blok Iii Lantai I). Universitas Andalas.

Septi, Beby; Hanun, Nida; Najahlia; Nida. (2021). *Majalah Organik Edisi 55.* Aliansi Organik Indonesia.

Tangkulung, C. M., L. R. J. Pangemanan., dan C. R. Ngangi. (2015). Analisis kepuasan konsumen terhadap atribut sayuran organik di Hypermart Manado. *Jurnal Ilmu Pertanian 6 (14):* 1-25.

Yullia, Nadya Btari. (2017). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Beras Hitam Organik Di Kota Tasikmalaya. Universitas Jenderal Soedirman.

DAFTAR PUSTAKA

Atmadja, Taufiq Firdaus Al-Ghifari; Andi Eka Yuniarto, Emy Yuliantini, Miratul Haya, Ahmad Faridi, Suryana. (2020). Gambaran Sikap Dan Gaya Hidup Sehat Masyarakat Indonesia Selama Pandemi Covid-19. *Aceh Nutrition Journal*, November 2020 (5)2: 195-202.

Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian. (2022). <http://hortikultura.pertanian.go.id/?p=5265> [diakses pada 23 Februari 2022]

Kotler, P, dan K. L. Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran.* Erlangga, Jakarta.

Muhammad, Syukur, Maya Melati. (2016). *Pengembangan Sayuran Organik.* Departemen Agronomi dan Hortikultura, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.

Pusat data dan Informasi Kementerian Kesehatan RI. (2020). *Situasi Covid-19. Jendela data dan Informasi, semester I Tahun 2020.*

Putri, Yulianti. (2021). *Konsekuensi Pelaksanaan Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Terhadap Interaksi Sosial Pedagang*